

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLEMENTASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini terkait dengan Pengaruh Harga dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen *Coffee Shop* Tempat Singgah. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh secara positif harga terhadap minat beli konsumen coffeeshop Tempat Singgah, sehingga dapat dikatakan variabel harga mempunyaipengaruh signifikan terhadap minat beli.
2. Terdapat pegaruh secara positif inovasi produk terhadap minat beli konsumen *coffee shop* Tempat Singgah, sehingga dapat dikatakan variabel inovasi produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara positif harga dan inovasi produk secara bersama-sama terhadap minat beli. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain harga dan inovasi produk secara simultan berpengaruh terhadap minat beli.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa masukan yang bermanfaat untuk *coffee shop* Tempat Singgah dalam menjalankan bisnis ini dari segi Harga, dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli dimasa yang akan datang yakni sebagai berikut :

1. Bagi *coffee shop* Tempat Singgah
 - a. Untuk harga menurut saran, penulis, sesuai dengan fenomena harga sangat menentukan minat beli konsumen karna harga merupakan hal

yang sensitif, sebaiknya *coffee shop* Tempat Singgah terus menggunakan harga yang memiliki daya saing (tidak melebihi harga dari kompetitor) sesuai dengan apa yang didapat agar konsumen tidak merasa kemahalan jika membeli, mengingat saat ini sudah menjamurnya kedai kopi yang serupa. Dalam menetapkan harga sebaiknya pihak dari *coffee shop* Tempat Singgah pun harus dapat melihat dan mempelajari harga yang ditetapkan oleh kompetitor agar harga yang ditetapkan atas produk *coffee shop* Tempat Singgah memiliki daya saing.

- b. Untuk Inovasi Produk menurut saran penulis sesuai dengan fenomena sebuah kebosanan akan muncul jika tidak ada terobosan baru, sehingga akan membuat konsumen tidak tertarik untuk membeli dan kemungkinan konsumen akan berpindah ke kedai kopi lain. Maka perlu adanya perubahan dan inovasi untuk menghindari hal tersebut. Inovasi produk tidak hanya dari rasanya saja tetapi juga pada kemasan, bahan dasar, warna dan hal-hal lain yang dapat memberi kesan lebih dan beda dari produk-produk pesaing.
- c. Untuk Minat Beli menurut saran penulis dari hasil penelitian harga dan inovasi produk menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Maka *coffee shop* Tempat Singgah harus lebih memperhatikan lagi faktor-faktor tersebut, hal ini dapat dilakukan dengan cara mengeluarkan produk-produk inovasi baru (seperti kopi matcha, kopi red velvet, kopi oreo) dan menetapkan harga produk yang sesuai dengan kualitasnya diimbangi dengan ukuran kemampuan masyarakat dalam membelinya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan mampu memberikan masukan, pengetahuan dan pemahaman mengenai Harga dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli pada *coffee shop* Tempat Singgah.